



Dofinansowane przez
Unię Europejską



PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ STOWARZYSZENIA „BRZESKO-OŁAWSKA WIEŚ HISTORYCZNA”

Wprowadzenie

Ważnym elementem prawidłowej i skutecznie realizowanej LSR jest komunikacja pomiędzy partnerami z sektora społecznego, gospodarczego oraz publicznego, która przynosi korzyści zarówno dla LGD jak i lokalnej społeczności. Komunikacja między partnerami jest kluczowa dla osiągnięcia wspólnych celów rozwoju lokalnego. Pozwala na wymianę informacji, doświadczeń i wiedzy, co sprzyja lepszemu zrozumieniu potrzeb i oczekiwań lokalnej społeczności oraz identyfikacji możliwości rozwoju. Dzięki temu partnerzy mogą efektywnie planować, koordynować i wdrażać inicjatywy rozwojowe, które będą odpowiadać realnym potrzebom mieszkańców.

Komunikacja w ramach LSR umożliwi także budowanie zaufania i współpracy pomiędzy partnerami. Regularne spotkania, konsultacje i wspólne działania sprzyjają wzajemnemu zrozumieniu i szukaniu wspólnych rozwiązań. Partnerzy mogą dzielić się swoimi perspektywami, pomysłami i doświadczeniami, co prowadzi do twórczej i skutecznej pracy na rzecz rozwoju lokalnego.

Ponadto, efektywna komunikacja w ramach LSR pozwala na lepsze wykorzystanie dostępnych zasobów i środków finansowych. Partnerzy mogą wzajemnie informować się o możliwościach finansowania, programach wsparcia oraz innych dostępnych zasobach. Dzięki temu można uniknąć dublowania działań i skoncentrować się na strategicznych inicjatywach, które przyniosą największe korzyści dla lokalnej społeczności.

W rezultacie, efektywna komunikacja w ramach LSR przyczynia się do skutecznego i zrównoważonego rozwoju lokalnego. Partnerzy mogą realizować wspólne projekty, inwestycje i inicjatywy, które będą miały pozytywny wpływ na rozwój gospodarczy, społeczny i kulturalny obszaru. Jednocześnie, lokalna społeczność może być aktywnie zaangażowana w proces podejmowania decyzji i realizacji działań, co sprzyja budowaniu silnego i zrównoważonego społeczeństwa lokalnego.

W ramach planu komunikacji przewidziano działania, których głównym celem jest promocja LSR wśród ogółu mieszkańców obszaru objętego LSR, ze szczególnym uwzględnieniem zdiagnozowanych grup znajdujących się w niekorzystnej sytuacji.

Cele szczegółowe przedstawiają się następująco:

- Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej na temat LSR oraz możliwych i dostępnych form wsparcia.
- Dostosowanie komunikatów do grup znajdujących się w niekorzystnej sytuacji na obszarze objętym LSR.
- Budowanie pozytywnego wizerunku wśród mieszkańców obszaru objętego LSR
- Wzrost rozpoznawalności Lokalnej Grupy Działania na obszarze LSR

Wymienione cele będą realizowane poprzez następujące działania:

- Upowszechnienie wśród społeczności LGD wiedzy o LSR, jej głównych celach i kierunkach interwencji, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR.
- Zapewnienie rzetelnej i aktualnej wiedzy wnioskodawcom, w tym grantobiorcom o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów.
- Budowanie pozytywnego wizerunku LGD jako organizacji wspierającej rozwój lokalny ze szczególnym uwzględnieniem upowszechnienia efektów wdrażania LSR, w tym promocji dobrych praktyk.
- Uwzględnienie grup znajdujących się w niekorzystnej sytuacji w zakresie informowania nt. wdrażania LSR i realizowanych operacji oraz działaniach informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych.

Sposób komunikacji z lokalną społecznością będzie się odbywał poprzez:

- dostęp do dokumentów związanych z wdrażaniem LSR poprzez stronę internetową Stowarzyszenia, możliwość zapoznania się i wniesienia uwag na każdym etapie; wykorzystanie stron internetowych pięciu Gmin celem przekazu informacji i komunikacji z mieszkańcami;
- organizacja spotkań informacyjnych, konsultacyjnych oraz szkoleń dla zainteresowanych stron;
- informacja oraz spotkania z seniorami w Klubach Seniora oraz Kołach zainteresowania przy Domach Kultury i Bibliotekach na obszarze LGD, spotkania z seniorami będą prowadzone przy udziale pracownika LGD oraz jednego z członków Zarządu w wieku powyżej 60 r. życia – przewiduje się, że takie rozwiązanie pozwoli na bardziej efektywne i adekwatne przekazanie treści, dostosowanie przekazywanej informacji do potrzeb osób w wieku powyżej 60 roku życia.
- informacja i komunikacja poprzez szkoły, sołtysów oraz lokalne stowarzyszenia – głównie w celu dotarcia do osób młodych oraz kobiet (spotkania w szkołach z uczniami i mamami, a także z kadrą zarządzającą oraz nauczycielami, spotkania na wsi w świetlicach przy współpracy z sołtysem);
- informacja i komunikacja dedykowana kobietom poprzez Ośrodki Pomocy Społecznej na obszarze LGD;
- atrakcyjne prowadzenie profilu Facebook, który będzie zachęcać do aktywnego zaangażowania się mieszkańców w działania LGD – Facebook to dobre narzędzie nie tylko służące przekazaniu informacji, ale również zachęcające do dyskusji, wymiany opinii, zadania pytania oraz odpowiedzi;
- rozpowszechnianie informacji i zachęcanie do włączenia się w działania LGD przy okazji wydarzeń w Centrum Edukacyjno-Szkoleniowym, z oferty którego na dzień dzisiejszy skorzystało ponad 1500 osób – narzędzie przydatne celem zaangażowania głównie biernych dotychczas interesariuszy, którzy korzystają z oferty Centrum, ale nie włączają się aktywnie w działania na etapie Wdrażania LSR;
- udział w wydarzeniach promocyjno-integracyjnych na obszarze LGD – promocja działalności podczas Targów, Dożynek itp.

Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych oraz efekty działań komunikacyjnych zostały opisane w tabeli nr 1 Planu Komunikacji. Ich charakterystyka opiera się na ilościowych i trwałych produktach, które przyniosą efekty w postaci wzrostu wiedzy, kompetencji ogółu mieszkańców i rozpoznawalności działań LGD na obszarze objętym LSR.

W planie komunikacji określono następujące grupy docelowe:

- **ogół społeczeństwa** - ta grupa docelowa składa się z szerokiego spektrum osób, które stanowią społeczność lokalną, mieszkańców obszaru. Ich zaangażowanie i świadomość są istotne dla sukcesu planu komunikacji. W tym przypadku, celem jest dotarcie do jak największej liczby osób, aby przekazać informacje o działaniach LGD, efektach wdrażania LSR i promocji dobrych praktyk. Komunikacja powinna być zrozumiała, dostępna i atrakcyjna dla różnych grup wiekowych, zawodowych i społecznych.
- **potencjalni beneficjenci** – ta grupa składa się z osób i organizacji, które mogą ubiegać się o wsparcie finansowe lub inne formy wsparcia oferowane przez LGD. Ich zaangażowanie i udział w programach i działaniach LGD są kluczowe dla realizacji celów LSR. Plan komunikacji skupi się na dostarczaniu rzetelnych informacji dotyczących zasad, warunków i procedur aplikowania o pomoc finansową, a także korzyści płynących z uczestnictwa w przedsięwzięciach przewidzianych w ramach wdrażania LSR. Wzmacnianie świadomości potencjalnych beneficjentów pomoże w zwiększeniu liczby wniosków i skutecznym wykorzystaniu dostępnych środków.
- **grupy znajdujące się w niekorzystnej sytuacji (osoby młode do 25 roku życia, Osoby powyżej 60 roku życia oraz kobiety)** – skierowanie komunikatów do tych grup będzie uwzględniał specyficzne potrzeby tych grup i starał się zapewnić im równy dostęp do informacji i wsparcia. Kluczowym elementem planu komunikacji będzie uwzględnienie perspektywy tych grup, ich doświadczeń i potrzeb. W ten sposób będą one czuły się bardziej rozumiane i zauważone, a plan komunikacji będzie skuteczniejszy w dotarciu do nich. Dodatkowo zostanie skoncentrowany na promowaniu równości, samodzielności i aktywnego uczestnictwa tych grup w lokalnym rozwoju, co przyczyni się do ich włączenia społecznego i zwiększenia szans na rozwój i sukces. Uwzględnienie grup znajdujących się w niekorzystnej sytuacji w planie komunikacji pomoże w budowaniu bardziej kompleksowego i sprawiedliwego wsparcia rozwoju lokalnego, zapewniając równy dostęp do informacji, możliwości rozwoju i aktywnego uczestnictwa we wspólnych działaniach społeczności lokalnej.

Opis wniosków zebranych podczas działań komunikacyjnych, sposobu ich wykorzystania oraz trybem korygowania planu komunikacji.

Działania planu komunikacyjnego przewidują przeprowadzenie badań satysfakcji interesariuszy na temat jakości udzielanego doradztwa, szkolenia dla potencjalnych wnioskodawców w zakresie przygotowania i rozliczania projektów. Dla zapewnienia wsparcia o jak najwyższej jakości, ze strony LGD, przewiduje się badania ewaluacyjne, których celem będzie podnoszenie jakości świadczonych usług. W przypadku negatywnych opinii osób korzystających ze wsparcia merytorycznego wobec LGD zostaną poczynione odpowiednie środki zaradcze, jak np. szkolenia dla pracowników w zakresie komunikacji interpersonalnej. Informacje zebrane podczas działań informacyjno-promocyjnych skierowanych do potencjalnych wnioskodawców i społeczności lokalnej zostaną wykorzystane do aktualizacji LSR, poprawy funkcjonowania LGD, czy też organizacji Biura.

W sytuacji zaistnienia problemów z wdrażaniem LSR i/lub pojawienia się niesatysfakcjonującej akceptacji społecznej planowane są liczne środki zaradcze:

- *możliwość wystąpienia konfliktów pomiędzy beneficjentami a LGD spowodowanych dużą konkurencją w dostępie do środków finansowych np. w przypadku puli na konkurs grantowy maks. kwota 500 tys. zł. Aby rozwiązać zaistniały problem prowadzone będą spotkania*

informacyjno-promocyjne na temat przejrzystości procedur wyboru operacji do dofinansowania, aby wskazać wnioskodawcom równość szans wszystkich projektów;

- *wystąpienie braku zaufania do LGD i przekonanie o niedostępności funduszy dla mieszkańców.* W zaistniałej sytuacji zostanie nawiązany bezpośredni kontakt z lokalnymi liderami i prowadzone będą spotkania na temat przejrzystości funkcjonowania LGD;
- *brak zrozumienia komunikatów przez znaczące grupy mieszkańców.* W takim przypadku zostaną skorygowane i uproszczone informacje wydawane przez LGD.
- *pojawienie się zarzutów natury politycznej ze strony mieszkańców.* Stałe będzie podkreślana równość szans wszystkich mieszkańców w dostępie do środków wynikających z realizacji LSR. Wszystkie działania będą miały charakter transparentny i przejrzysty.

Zaplanowano prowadzenie monitoringu i ewaluacji wskaźników realizacji planu komunikacji wraz z oceną skuteczności prowadzonych działań. Wszystkie działania będą na bieżąco podlegały weryfikacji przez pracowników biura w oparciu o zaplanowane wskaźniki, a ocena realizacji planu komunikacji będzie się opierać na analizie wskaźników dzięki prowadzonym badaniom ankietowym, wstępnej i końcowej ewaluacji. Podsumowanie i kontrolowanie realizacji planu Na podstawie zebranych danych i wyników, zostaną zidentyfikowane ewentualne obszary wymagające poprawy lub dostosowania strategii komunikacyjnej, co umożliwi dynamiczne korygowanie planu komunikacji w celu osiągnięcia optymalnych efektów i poprawy jakości świadczonych usług przez LGD w tym zakresie.

Każdego roku realizacji LSR, dokonana zostanie ocena efektywności planu komunikacji przez pracowników biura LGD. W oparciu o wyniki tej oceny, zostanie sporządzona aktualizacja planu komunikacji, która będzie podlegać zatwierdzeniu przez Zarząd Stowarzyszenia, jeśli stwierdzona zostanie konieczność wprowadzenia zmian. Ocena planu komunikacji będzie przeprowadzona przed corocznie składanym Harmonogramem realizacji planu komunikacji do 30 listopada danego roku. komunikacji jest konieczne z powodów poprawy jakości świadczonych usług przez LGD w tym zakresie.

Prezes Stowarzyszenia
"Brzesko-Oławska Wieś Historyczna"
Ewa Rosińska

Skarbnik Stowarzyszenia
"Brzesko-Oławska Wieś Historyczna"
Maria Klawnska

Tabela. Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu

L.P.	Działanie	Grupy docelowe	Narzędzia komunikacji/środki przekazu	Nazwa wskaźnika produktu	Efekty działań komunikacyjnych	Budżet
1	Upowszechnienie wśród społeczności LGD wiedzy o LSR, jej głównych celach i kierunkach interwencji, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR.	Ogół społeczności	<ul style="list-style-type: none"> - strona internetowa BOWH - media społecznościowe - ogłoszenia przekazywane bezpośrednio do lokalnych liderów i/lub Rad Sołeckich; - spotkania informacyjne 	<ul style="list-style-type: none"> - zamieszczenie przynajmniej 30 wpisów na stronie internetowej BOWH - zamieszczenie przynajmniej 30 wpisów w mediach społecznościowych - przekazanie co najmniej 10 ogłoszeń na każde sołectwo na obszarze BOWH - organizacja co najmniej 10 spotkań informacyjnych 	Wzrost wśród społeczności LGD wiedzy o LSR, jej głównych celach i kierunkach interwencji, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. Ilość osób, u których wzrosła wiedza: 500	8 000,00 zł
2	Zapewnienie rzetelnej i aktualnej wiedzy wnioskodawcom, w tym grantobiorcom o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji	Potencjalni beneficjenci	<ul style="list-style-type: none"> - świadczenie bezpłatnego doradztwa - spotkania dla potencjalnych beneficjentów - szkolenia dla potencjalnych beneficjentów 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba osób, którym udzielono doradztwa: co najmniej 300 - organizacja co najmniej 10 spotkań informacyjnych - organizacja co najmniej 5 szkoleń 	Wzrost wiedzy u wnioskodawców, w tym grantobiorców o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów Ilość osób, u których wzrosła wiedza: 500	10 000,00 zł

	operacji/grantów.		- strona internetowa BOWH	- zamieszczenie przynajmniej 20 wpisów na stronie internetowej BOWH	
3	Budowanie pozytywnego wizerunku LGD jako organizacji wspierającej rozwój lokalny ze szczególnym uwzględnieniem upowszechnienia efektów wdrażania LSR, w tym promocji dobrych praktyk.	Ogół społeczeństwa	- strona internetowa BOWH	- zamieszczenie przynajmniej 30 wpisów na stronie internetowej BOWH	7 000,00 zł
			- media społecznościowe	- zamieszczenie przynajmniej 30 wpisów w mediach społecznościowych	
			- udział w wydarzeniach (targi, wystawy, imprezy)	- przygotowanie co najmniej 5 stoisk podczas wydarzeń na obszarze BOWH	
			- ogłoszenia przekazywane bezpośrednio do lokalnych liderów i/lub Rad Sołeckich;	- przekazanie co najmniej 10 ogłoszeń na każde sołectwo na obszarze	ilość osób, które uznają LGD za organizację wspierającą rozwój lokalny: 1000
			- spotkania promocyjne/edukacyjne	- Organizacja przynajmniej 5 spotkań promocyjnych/edukacyjnych na obszarze BOWH	
4	Uwzględnienie grup znajdujących się w niekorzystnej sytuacji w zakresie informowania	Grupy znajdujące się w niekorzystnej sytuacji	- strona internetowa BOWH	- zamieszczenie przynajmniej 10 wpisów na stronie internetowej BOWH	10 000,00 zł
					Wzrost wiedzy grup znajdujących się w niekorzystnej sytuacji w zakresie wdrażania LSR i

nt. wdrażania LSR i realizowanych operacji oraz działaniach informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych.	- media społecznościowe	- zamieszczenie przynajmniej 10 wpisów w mediach społecznościowych	realizowanych operacji oraz działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych.
	- spotkania informacyjno-promocyjne	- organizacja co najmniej 5 spotkań informacyjnych	Ilość osób znajdujących się w niekorzystnej sytuacji, u których wzrosła wiedza: 300
	- świadczenie doradztwa	- liczba osób znajdujących się w niekorzystnej sytuacji, którym udzielono doradztwa: 100	
Suma			35 000,00 zł

Stowarzyszenie
"Brzesko-Olanuska Wiosna Historyczna"
Maria Klonika
Maria Klonika

Prezes Stowarzyszenia
"Brzesko-Olanuska Wiosna Historyczna"
Ewa Rosińska
Ewa Rosińska

